



**Local Conference Call
Klabin S/A (KLBN11)
Resultados do 4T25
12 de fevereiro de 2026**

Operadora: Bom dia e bem-vindos à teleconferência da Klabin.

Neste momento, todos os participantes estão conectados apenas como ouvintes e, posteriormente, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas quando mais instruções serão fornecidas. Pedimos a gentileza que, em benefício do tempo, cada analista se limite a duas perguntas.

Cabe lembrar que esta teleconferência está sendo gravada e a apresentação será realizada em português com tradução simultânea para o inglês. Todos os participantes podem escolher qual idioma ouvir, selecionando o idioma no botão Interpretação, e idioma da apresentação clicando em Tela de Apresentação Português, no topo.

Agora, farei um anúncio curto para os participantes que nos acompanham em inglês.

Eventuais declarações realizadas durante esta teleconferência relativas às perspectivas dos negócios da Companhia, projeções, metas operacionais e financeiras relativas ao seu potencial de crescimento constituem-se em meras previsões baseadas nas expectativas da administração em relação ao futuro da Klabin. Estas expectativas são altamente dependentes das condições do mercado, do desempenho econômico geral do país, da indústria e dos mercados internacionais, portanto, sujeitas a mudanças.

Estão presentes conosco hoje o Sr. Cristiano Teixeira, Diretor-Geral, Gabriela Woge, Diretora Financeira e de Relações com Investidores, e os demais diretores da Klabin.

Inicialmente, o Sr. Cristiano e a Sra. Gabriela farão comentários sobre o desempenho da Companhia no 4T25. A seguir, os diretores responderão às questões que eventualmente sejam formuladas.

Gostaria agora de passar a palavra ao Sr. Cristiano. Por favor, Sr. Cristiano, pode prosseguir.

Cristiano Teixeira:

Obrigado, bem-vindo a todos ao nosso call de resultados relativo ao 4T do ano de 25.

Queria oficialmente aqui agora – não que todos já não saibam, mas – a primeira participação da nossa Gabriela Woge sozinha como Diretora Financeira, como nossa CFO da Companhia, uma parceira nos últimos anos e que, agora, consolidada na cadeira, certamente vai ser uma jornada maravilhosa para ela e para a Companhia à frente da área financeira.

E, ao mesmo tempo, desejar sorte ao nosso querido Marcos, ele está em algum lugar da América Central ou do México agora, junto com o Soares, visitando nossos clientes. Então, por essa razão, ambos não estão presentes aqui hoje, mas estamos aqui também para responder aos pontos que vocês trouxeram sobre o mercado de papéis.

Bom, indo agora para os comentários do 4T25, queria só fazer uma referência rápida ao 4T, ao que, entendo eu, tem sido o ponto mais importante do final do ano e já pular um pouco para o desempenho do ano e alguma perspectiva que eu dou algum sinal já agora, mas depois obviamente eu volto quando a gente fala das tendências, dos faróis e dou um pouco mais de detalhes para vocês.

É importante citar, no slide 3 então, a consolidação dessa recuperação que nós tivemos de produção, o 2S ficou marcado para a gente como referência de recuperação dos nossos times por problemas operacionais que acontecem. Vocês sabem que o fato de a gente estar trabalhando praticamente – eu vou falar um pouco no próximo slide, mas – praticamente com a capacidade total, exceto as máquinas de reciclados, que, por motivos mercadológicos, a gente vinha deixando de fora.

Então, como a gente, em fibra virgem, produz toda a nossa capacidade sempre, sempre vendido nos principais produtos, a gente obviamente tem pouca margem. A gente não tem anúncio de produção que a gente não vai fazer, a gente sempre orça toda a produção e dá sinais de toda a produção possível na Klabin.

Então, não tendo essa, “gordura” de não produzir, de anúncios de não produção, eu sou obrigado sempre a mostrar minha eficiência máxima sempre. Se eu tivesse esse anúncio de produção a menos, esse eventual erro operacional no ano ele não aparece porque ele ficaria escondido exatamente nessa produção anunciada a menos no mercado.

Então, a gente não faz isso. Como a gente anuncia tudo, a gente, sim, teve um problema no 1S, recuperado no segundo, estamos em ritmo forte agora em todas as máquinas, sem exceção de fibra virgem, e o momento é bastante positivo nesse sentido.

Pode ir para o slide 4, por favor. O que eu queria chamar a atenção de vocês nesse slide? Recordando essa divisão que a gente já fez há algum tempo, esse número de vendas de celulose no ano de 25, em torno disso que a gente espera para 26, então ritmo bom, Klabin cheia, privilegiando, no caso das fibras, sempre o Fluff, como vocês sabem, na Fibra Longa sempre o Fluff, como vocês bem sabem, e produção cheia de Fibra Curta e em ritmo muito bom nesse mês de janeiro. Toda essa recuperação que houve no 25 se mantém e o ritmo de janeiro muito bom.

Tivemos já a parada de Ortigueira no final do ano, tivemos a parada de Monte Alegre e todas as fábricas hoje em produção.

Pulando aqui para Papéis, qual que é a boa notícia? A gente vem falando há um tempo que a Klabin vem incrementando produção. Incrementamos produção em papéis de 25 em relação a 24 e a gente tem a mesma expectativa de incremento de produção no ano de 26. Então, essa expectativa de incremento de produção, que vai levar papéis em números parecidos em termos de vendável com o da celulose, os mercados vão ficar... o vendável das celulosas e de papéis vai ficar bastante parecido, da ordem de 1,5 milhão de toneladas, e esse ritmo que a gente vê de incremento de produção em 26, que virá agora da mesma ordem que a gente teve em 25 em relação a 24, esse número obviamente continua dando benefício da diluição do custo fixo e, principalmente aí, eu trago um pouco de expectativa, mas eu vou falar mais para frente, com expectativas de mercados melhores.

Eu vou falar isso, quero detalhar mais à frente, mas em todos os sinais, todos os sinais que a gente tem em janeiro são expectativas muito positivas até então. Claro que, com a cautela, é o primeiro mês do ano, mas quando a gente compara o mesmo mês com o mesmo mês do ano anterior ou mesmo o ritmo que vem do final do ano ou do último trimestre para agora, a gente vê um janeiro mais forte do que aquilo que a gente viu até então.

Quanto a Embalagens – e aí eu caminho aqui para o final desse primeiro slide para reservar o tempo para as tendências e depois para a nossa conversa com vocês – mas, quanto a Embalagens, aqui, de novo, um ano brilhante em 25 da área de papelão ondulado.

Esse desempenho já vem dos últimos anos, como vocês sabem, com desempenho tanto de volume, mas principalmente de recuperação e estabilidade de preço. Acho que num primeiro momento, há sete, oito anos atrás, a gente reposicionou e manteve até então. Então, uma recuperação de preços incrível, mas hoje já dando sinais de que estamos num novo patamar de preço de caixa em dólar no Brasil – isso a gente pode afirmar –, os volumes e o *market share* por muita aplicação de nível de serviço nos últimos anos pela área de embalagens estabelecidos, relacionamento com clientes forte, 70% do que a gente vende com contratos de longo prazo, contratos de 3, 5 anos, muitos exportadores clientes da Klabin, além de mercado interno, mas que têm desempenhado bem. Esse cenário continua e, da mesma forma, janeiro se mostra, ainda que o primeiro mês do ano, se mostra muito positivo.

Eu passo para a Gabi agora e voltamos com as tendências daqui a pouco.

Gabriela Woge:

Obrigada Cristiano. Bom dia a todos e a todas e obrigada por acompanhar a nossa teleconferência.

Na página 5, diante da estabilização da produção e da evolução do *ramp-up* das máquinas de papel, o volume de vendas trimestral atingiu 1,025 milhão de toneladas, em linha com o mesmo período do ano passado. A receita líquida no trimestre alcançou R\$ 5,2 bilhões, retração de 2% na comparação anual devido à valorização do real frente ao dólar e ao preço de celulose de Fibra Curta pressionado. O EBITDA ajustado foi de R\$ 1,8 bilhão, com margem de 35% no 4T25, mesmo patamar do ano anterior.

Esse resultado reflete o aumento do volume de vendas, em especial de celulose e papéis, e o incremento de preços de embalagens, além do efeito da venda de terras, em linha com a estratégia de monetização de ativos florestais. Esses efeitos foram suficientes para compensar a valorização do real frente ao dólar, a pressão dos preços de celulose e o impacto das paradas de manutenção realizadas no período.

Passando para a próxima página, a receita líquida de 25 foi de R\$ 20,7 bilhões, crescimento de 5% na comparação com o ano anterior. Esse aumento é explicado, principalmente, pelo maior volume de vendas em todos os segmentos de negócios, pela depreciação do real frente ao dólar e pelo aumento de preços em embalagens. O EBITDA ajustado em 2025 foi de R\$ 7,8 bilhões, 7% superior ao EBITDA de 2024. A margem foi de 38%, incremento de 1 p.p. na mesma base de comparação.

Ao longo do ano, o sólido desempenho dos segmentos, o *ramp-up* do Puma II e o efeito do câmbio contribuíram para o crescimento do EBITDA ajustado. Nesse período, a Companhia utilizou sua capacidade de adaptação, resiliência e disciplina de execução para entregar resultados consistentes e tangibilizar avanços importantes.

Avançando para a página 7, o custo caixa total por tonelada em 2025, incluindo os efeitos das paradas gerais, foi de R\$ 3.225, estável por mais um ano e confirmando a projeção de custos que demos ao mercado. O custo caixa acumulado do ano materializa as diversas ações implementadas pela Klabin, com destaque para a redução de custos fixos, principalmente em pessoal e serviços, como viagens e consultorias, além da diluição proporcionada pelo maior volume de vendas. Esse desempenho reforça a previsibilidade, a disciplina financeira e a robustez do nosso modelo de negócios.

Indo para o slide 8, a Klabin encerrou o 4T25 com dívida líquida de R\$ 25,9 bilhões, em linha com o 3T25. Já a alavancagem, medida pelo indicador dívida líquida/EBITDA ajustado em dólares, encerrou o trimestre em 3,3x, redução de 0,6x na comparação com o 4T24.

A Companhia segue a trajetória decrescente da alavancagem de forma disciplinada, confirmando a execução consistente de sua estratégia e o fortalecimento da estrutura de capital.

Avançando para a próxima página, a liquidez da Klabin segue robusta, encerrando setembro em R\$ 13,6 bilhões. Essa liquidez é composta de R\$ 10,9 bilhões em caixa e o restante em linha de crédito rotativa não sacada. O prazo médio de vencimento da dívida ao final do trimestre era de 85 meses e o custo médio em dólares de 5,2% ao ano, uma redução de 0,5 p.p. em relação a dezembro de 24, como reflexo das iniciativas da gestão do endividamento realizadas ao longo do ano.

Indo para a página 10, trazemos o fluxo de caixa livre da Companhia. Em 2025, a Klabin apresentou geração de caixa livre de R\$ 715 milhões. Nos últimos 12 meses, o fluxo de caixa livre ajustado foi de R\$ 2,1 bilhões, representando um *free cash flow yield* de 9,2%.

Passando para o slide 11, os proventos distribuídos aos acionistas nos últimos 12 meses totalizaram R\$ 1,215 bilhões, esse montante representa um *dividend yield* de 5,3%. Destaco também a declaração antecipada de dividendos aprovada no ano passado tendo em vista as regras de transição previstas na legislação no montante de R\$ 1,112 bilhão, sendo o pagamento da primeira parcela em 27 de fevereiro, no valor de R\$ 278 milhões.

Agora, devolvo a palavra ao Cristiano que irá apresentar as tendências dos negócios.

Cristiano Teixeira:

Muito bom. Obrigado, Gabi. Bom, no slide 12, começando um pouco pelas fibras, lembrando as colunas, vou falar um pouco do mercado, nosso volume de vendas em relação ao trimestre anterior e um pouco de expectativa de preços.

O que a gente vê nas fibras, primeiro da Fibra Curta, é recuperação. A gente está em momento de recuperação. É importante esse movimento, a gente já via no final do ano, mas eu quero chamar atenção aí para os últimos talvez 20 dias, 30 dias, o que aconteceu na Indonésia, quando houve esse bloqueio da operação de 1 milhão de hectares, que afetou de 40% a 50% desse volume plantado naquela região, afetou fabricantes de celulose, tanto no curto prazo, com corte de produção para fevereiro e março, mas também no longo prazo com postergação de projetos.

Acho que é importante trazer esse ponto porque isso leva a uma reflexão – que eu também faço há um tempo com vocês e, enfim, com quem tem acesso direto aqui aos nossos dados –, a projeção hoje, a China com importação de 40 milhões de toneladas e fazendo uma projeção daquilo que se anuncia em termos de capacidade, mais 5 milhões de toneladas, quando a gente faz esse paralelo com a oferta de madeira com essa situação ocorrida na Indonésia e o porquê misturar as coisas da Indonésia com a China? Porque, de fato, eu já citei aqui em outras

oportunidades, a gente acaba chamando algumas unidades industriais como integradas. No meu conceito, uma unidade integrada tem a floresta próxima e com abastecimento garantido nas suas unidades produtivas, e o que a gente vê na China não é isso. O que a gente vê hoje é importação de celulose, também importação de cavaco, e quando a gente faz essa projeção, tanto para o consumo atual quanto para a projeção futura, precisaria estar havendo um processo de plantio acelerado na China para fazer frente a esse volume tanto atual quanto projetado.

Então, essa matemática tem uma segurança muito grande para os produtores da América Latina nos próximos anos, nenhuma ameaça, eu não vejo nenhuma ameaça nesse sentido. Precisaria haver um grande efeito de plantio, não só na China, precisaria estar acontecendo uma reconciliação da China com a Austrália, tanto com plantio quanto com importação de cavacos, bem como outros fornecedores de madeira na região.

Então, esse é um problema, eu misturei curto com longo prazo, no curto para dizer assim: há recuperação desde o final do ano passado, a gente enxerga o impacto por tentativa de recuperação de estoques agora com o corte de produção da Indonésia e postergação do investimento na própria Indonésia, e mais a médio e longo prazo, eu reforço a nossa crença de que haverá uma dependência positiva mútua da exportação brasileira de Fibra Curta para a China de forma perene.

No Fluff, movimentos positivos também de recuperação de preços, circunstancialmente essa recuperação de preço está aquém daquilo que a gente gostaria, mas ela está acontecendo, e sinais dos últimos dias, e que deve acontecer também nos próximos dias, a gente tem expectativa de anúncios de reajuste de preço que terão efeitos ainda no 1T também. Então, expectativas positivas para preço.

Lembro que, dentro do nosso negócio de fibras, os volumes a gente mostrou há pouco, mas dentro daquilo que a gente vem fazendo de Fluff, a gente tem um uma parcela importante de mercado interno, não só no Fluff, mas como também na Fibra Curta, temos uma participação importante na China e obviamente a gente vai se reposicionar por mix de vendas de acordo com onde os mercados andarem melhor para meados agora do 1T e para o 2T em diante.

Mas janeiro, em específico, a gente já vê uma recuperação importante dos preços de fibras.

Em cartões, é importante trazer, eu vou trazer dois produtos, como de costume aqui, leite e cerveja. A gente bem posicionado no leite, a máquina aprovada em todos os fabricantes de cartão para leite no mundo, LPB, estamos em *ramp-up* e aprovação comercial, mas isso já ultrapassado qualquer tipo de aprovação técnica de produtos em todos os fabricantes, volumes bastante positivos não só no nosso principal cliente, mas nos demais clientes, aquilo que eu chamo de *Low System Suppliers* com bons volumes, a gente tem um aumento expressivo de exportação para esses clientes de segundo, terceiro e quarto lugar aí no mundo de líquidos e

caminhando bem já a partir de agora, janeiro já caminhando com volumes bons. No Liner, vocês acompanham os nossos volumes de exportação, que têm aumentado de forma significativa.

Eu pulei aqui do leite para o Kraftliner. Acabei esquecendo aqui de falar da cerveja, que, na verdade, é o ponto importante, queria então só voltar aqui para cartões. Recuperação de cerveja em janeiro. A gente tem muita cautela com essa informação. Entendo, obviamente, a cautela dos cervejeiros. Tivemos ontem *call* da Heineken, mas, para nós, que vendemos 100% de cartão para cervejas aqui na América Latina, especificamente no Brasil, a gente vê uma recuperação importante em janeiro.

As nossas informações, elas são sempre específicas daquilo que a gente opera e, para nós, é tudo muito curto prazo, porque os estoques são baixos nos nossos clientes, mas quando a gente olha janeiro de 26 em relação a janeiro de 24, a gente já vê recuperação, e quando a gente vê do final do ano, mesmo descontando sazonalidade, a gente enxerga, sim, uma recuperação em janeiro já em cerveja, especificamente no Brasil, que é um dado positivo, mas entendemos a cautela dos cervejeiros nos *calls* de resultados deles em relação ao Brasil. Nós estamos vendo isso.

E aí emendo, da mesma forma, estamos vendo movimento importante em Manaus, que é um mercado – mudando para papelão ondulado, desculpa –, mudando para papelão ondulado, a gente vê números importantes em Manaus, que a despeito de ser um mercado menor já representa bastante, vamos falar, os itens que estão sendo vendidos para um ano de Copa do Mundo, da mesma forma que cerveja também temos uma boa expectativa, por isso que eu emendei um no outro e eu pulei aí e deixei cerveja perto de papelão ondulado. Então, a gente vê um ano sazonal importante, que normalmente a gente vê bons anos, sempre foi assim em Copa do Mundo para esses dois itens, tanto televisores quanto cerveja, e os dois mostrando um janeiro muito forte para a gente.

Nos demais itens de papelão ondulado, como já citei aqui inicialmente, os últimos anos vêm de forma brilhante, sim, tanto com um novo nível de preço quanto volumes, ganho de *market share*, e o que a gente vê em janeiro para papelão ondulado, da mesma forma, é uma manutenção de um ritmo mais forte do que o próprio mercado, pelo menos em janeiro. Obviamente, é muito cedo para a gente dar expectativas do ano, mas quando eu coloco tudo isso nas expectativas, tanto dos orçamentos que nós fizemos, expectativa de preços e volumes de vendas, a gente tem uma expectativa muito positiva para o ano de 26, com mais produção em papéis, como eu falei, manutenção do nosso *market share* com, na pior das hipóteses, seguindo inflação para papelão ondulado, bom ano para sacos industriais, reflexo de construção civil, cartões iniciando o ano com aprovação de todos os fabricantes de embalagem para leite e a gente com bons volumes, Kraftliner estabelecido a Klabin como tendo substituído praticamente – e vocês acompanharam – a redução das exportações americanas para a China e a Klabin entrando no mercado chinês muito forte e de forma estável, e, por fim, nas fibras

em geral, a gente esperava uma retomada de preço, que estão acontecendo em ritmo bastante positivos somado ao que eu falei aqui também sobre as questões de abastecimento de madeira na China ou qualquer intenção de verticalização naquele mercado.

Então, fechando aqui essa parte de tendência, expectativa muito positiva para o ano de 26 e o mês de janeiro começando muito bem, com estabilização de produção, recuperação de preços em praticamente todos os mercados, está bom?

Obrigado, acho que podemos seguir agora para as perguntas.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operador: Obrigado. Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta, por favor, clique no botão levantar a mão. Para retirar a pergunta da fila, por favor, clique no botão abaixar a mão.

Caio Greiner, do UBS: Olá, bom dia a todos. Obrigado. Primeiro, pessoal, sobre um tema que está quente, sobre M&A no setor de papel e embalagem, acho que é interessante que a gente tem falado bastante sobre isso no sentido de integração regional há alguns anos já e agora a gente está vendo um movimento oposto de um grande produtor americano dividindo as operações entre América do Norte e Europa.

Acho que no passado se especulava muito por parte do mercado um M&A da Klabin até com um grande *player* americano, então eu queria ouvir de vocês como vocês estão enxergando essas movimentações estratégicas no setor de uma ótica também de impacto de volume, impacto mais setorial mesmo e como que vocês acham que a Klabin hoje se encaixa nessa dinâmica global, se a gente deveria estar acompanhando de lupa esses movimentos estratégicos como alguma leitura para Klabin.

E um segundo ponto, acho que até pegando um pouco carona nesse tema de demanda de papéis que você comentou bastante, Cristiano, um pouco, eu queria ouvir de você um pouco sobre o tema de substituição de plástico de uso único e esse impacto que está tendo na demanda de papéis, porque eu acho que esse talvez tenha sido um dos grandes pontos que fez a demanda acabar decepcionando um pouquinho ano passado, talvez pensando mais na expectativa que o mercado tinha no começo do ano, e que vocês comentam bastante sobre a tal marca de cerveja nos Estados Unidos, que voltou de papel para plástico, e agora a gente acaba acompanhando bastante os *targets* de grandes empresas nos Estados Unidos, que muitas delas estão retirando *targets* ESG, *targets* de substituição de plástico de uso único.

Então, acho que seria interessante ouvir de vocês o que vocês têm escutado dos clientes de vocês e qual vocês acham que vai ser o impacto para a demanda do setor, já até a curto, mas a médio prazo também? Obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Caio. Então, vou começar pela sua segunda pergunta, depois falo da parte mais estratégica, tá?

Veja, exato, você está bem atualizado, você descreveu exatamente o que aconteceu, só acrescentaria o seguinte: no tempo, a gente teve um período de pandemia – eu sei que já passou um bom tempo, mas é só pra gente alinhar expectativas –, teve um período de pandemia onde os alcoólicos, em geral – eu poderia não só falar dos alcoólicos, mas vou falar pelo fato de a gente estar focado aqui na sua pergunta, mas – vários itens de consumo residencial aumentaram muito e obviamente a gente viu isso também na cerveja. Depois, teve o exemplo que você mesmo trouxe aí e etc.

Então, tem um realinhamento de expectativas, talvez o volume de cerveja não vá ser o que foi na pandemia, mas eu acho que agora a gente normalizou o número. 25 ainda não foi um ano positivo, positivo que eu falo de recuperação, mas eu acho que ela veio acontecendo e eu enxergo, já em janeiro de 26 – estou trazendo muito curto prazo, mas eu já falo da parte mais estratégica aqui, até da substituição de plástico –, mas a gente já vê aqui em janeiro de 26 números históricos bastante positivos. É como se a gente estivesse já em números históricos de cerveja.

De novo, eu acompanho o *call* de todos os meus clientes aí, vejo cautela, e acho que assim tem que ser, obviamente até alguns deles mudando liderança etc., mas daquilo que nós podemos dizer uma vez que a gente vende cartão não só para América Latina, mas para outras regiões para cerveja, a gente vê um janeiro – aí sim eu estou falando de Brasil por enquanto – eu vejo uma recuperação de níveis históricos do volume de cerveja no Brasil.

Quando a gente fala de volume de cerveja, obviamente eu estou falando de toda cerveja embalada com *six-pack*, aquela cerveja que é embalada com plástico, precisaria fazer o cruzamento dos dados para saber, aí sim, a substituição de plástico.

Indo para esse ponto, esse mérito de as empresas estarem talvez perdendo um pouco o foco e tal na sustentabilidade, acho que isso é uma questão circunstancial, acho que a realidade é muito forte, logo tudo voltará, índice de reciclagem do plástico de uso único, emissão de CO₂. Fala-se muito pouco hoje, é uma pena, eu não vou me delongar aqui, até porque esse assunto tem pouco ibope, mas a gente viu um aumento da emissão de CO₂, uma reciclagem de plástico de uso único no mundo muito ruim, níveis muito baixos, e isso continua.

Mas eu acho que essa é uma questão circunstancial. Novamente, a realidade vai se impor e, a médio prazo, tudo isso volta aos compromissos, inclusive já assumidos por governos em várias regiões do mundo, da redução do plástico de uso único.

Eu queria trazer só um ponto de reflexão adicional aqui sobre o assunto cerveja, mas que serve para qualquer item de supermercado, vamos falar assim: A gente sabe, vocês melhor do que eu, que acompanham bem as questões macroeconômicas, a gente está vendo um mundo que vem tentando achar um reequilíbrio das condições fiscais desde o pós-pandemia – novamente eu trazendo aqui o assunto pandemia, apesar de distante –, mas esse reequilíbrio macroeconômico ainda não foi alcançado. Então, assim, existe um aumento do fiscal no mundo todo, existe uma política de juros para tentar controle de inflação, tudo isso a gente enxerga, não estou nem colocando tempero adicional aqui de tarifaço e etc., mas países buscam estabilidade ou encontrar o ponto ótimo da sua política fiscal, as taxas de câmbio mudaram muito recentemente e etc. Então, a gente tem uma situação complexa.

Quando eu trago para o simples, vamos falar assim, que é o consumidor nos Estados Unidos, no Brasil, em qualquer lugar do mundo, até faço referência a um livro do nosso grande acionista, que já leu o livro dele, ele fala: “Olha, eu faço a conta de quanto eu pago item a item na pasta de dente, etc., no supermercado e quanto eu estou pagando hoje”. Então, não estou olhando para IPCA, não estou olhando para dados de inflação, eu estou olhando para o bolso da dona Maria, do seu João, que estão indo no supermercado, eles perderam o poder de compra.

Eu não quero entrar no mérito de discussões sociais e políticas, eu estou dizendo que, assim, o consumidor sente, e de onde a gente vê isso? É só ver o empobrecimento no ticket dos supermercados. Em alguns casos, redução de volume de vendas de varejo, especificamente dos supermercados de alguns países, e principalmente uma perda do ticket de compra.

Então, as grandes marcas nos últimos anos, especificamente no ano de 25, sofreram muito com esse empobrecimento do ticket. O que a gente vê é uma recuperação. Acho que essas grandes marcas – poderia citar várias aqui, mas estou falando só de cerveja, mas – essas grandes marcas, cada uma com a sua estratégia, estão se reestruturando e entenderam em algumas das grandes marcas, inclusive falando: “Olha, preciso me reposicionar em preço para recuperar *market share*”, e quando eu vejo grande marca se reposicionando, isso é bom para a Klabin.

Então, eu quero trazer aqui para o nosso mundo. Toda vez que eu vejo grandes marcas se reposicionando, querendo mais volume, etc., isso é bom para a Klabin. A gente está presente em todas as grandes marcas do mundo.

Então, substituição de plástico para mim, eu me estendi um pouco na resposta para dizer assim: Para mim é circunstancial, acho que está posto o que vai acontecer, precisa aumentar os índices recicláveis, da mesma forma que se tem aqui CO2 é porque fala-se muito pouco do aumento das emissões nos últimos anos, tudo isso se reposiciona no tempo pela verdade que vai se impor.

Para a Klabin, o que a gente tem visto são as grandes marcas se reestruturando para recuperar *share*, que é positivo.

Falando do M&A, vou tentar ser breve. Não vou obviamente comentar esses M&As que aconteceram, seja posições que mudaram e assim por diante, o que eu posso te assegurar na Klabin é que nunca estivemos tão focados naquilo que a gente já vem falando há algum tempo. Assim, ótimos anos pela frente de geração de fluxo de caixa livre, redução da dívida líquida, todos os investimentos que, na minha opinião, obviamente que o julgamento é de vocês, mas investimentos precisos do ponto de vista de alocação de capital, o Figueira, a máquina de cartão, a máquina de Kraft, tudo acontecendo na sua hora, a máquina que a gente fala pouco, a fábrica no Ceará.

Então, todos os nossos investimentos muito precisos, estratégia de alocação de capital nos últimos anos, a própria caldeira de Monte Alegre, todas as interligações feitas agora no comecinho do mês de janeiro, tudo acontecendo bem. A alocação de capital na Companhia foi feita de forma precisa, tudo produzindo. Eu falei aqui no início, vamos trazer mais um bom volume de produção de papéis esse ano, que vai ajudar no custo e também serão vendidos nos vários mercados que a gente atua. E esse período que a gente vai ter, não só de 26, mas nos próximos 4, 5 anos de grande geração de fluxo de caixa livre, vai trazer níveis de alavancagem muito baixa na Companhia e esperando o seu momento de investir.

Não há, em hipótese alguma, nenhuma conversa de M&A na Klabin. Não há nenhuma expectativa, estudo, nem visão estratégica dos próximos 10 anos de conversa de M&A. Claro que se essa coisa acontecer e for posta, ela vai ser avaliada, mas não há, nem nesse momento na Companhia e nem na visão de longo prazo. Muito pelo contrário, o foco é em custo caixa aqui no Brasil, foco nos mercados que a gente atua, muito foco na Fibra Longa.

Eu quero lembrá-los o diferencial da Fibra Longa em relação à Fibra Curta na casa de US\$ 400. Eu falo isso há muitos anos, desafiando quem falava o contrário. A Klabin é muito focada em Fibra Longa, vide as compras que a gente fez das áreas da Arauco. Então, M&A fora do radar, muito foco na geração de fluxo de caixa livre, utilizando a capacidade atual, que inclusive está em incremento de produção ainda no ano de 26.

Caio Greiner: Muito obrigado, Cristiano.

Márcio Farid, do Goldman Sachs: Olá, pessoal. Bom dia. Obrigado pela oportunidade. Dois pontos. A primeira talvez em celulose. Obviamente, o Fluff performou muito bem esse ano, acima dos principais *benchmarks*. Eu acho que parte disso é a estratégia de vocês de focar tanto em Brasil ou em regiões fora da China, mas o que a gente está vendo na margem é a China ganhando relevância na produção de celulose Fluff, até exportando celulose Fluff já.

Então, acho que coloca um pouco em questionamento como a gente deve pensar daqui a 5, 10 anos. Eu sei que vocês têm uma visão bem construtiva, só queria entender um pouquinho como vocês estão vendo aí essa tendência de China, se

muda alguma coisa para a visão do projeto de Santa Catarina eventualmente, acho que próximo passo de crescimento. E é isso, o que vocês podem comentar?

E eu não sei se vocês podem comentar um pouquinho aí também, acho que o Cristiano falou bastante aí sobre esses *headlines* que a gente está vendo de Indonésia, mas seria ótimo se vocês pudessem comentar como é que vocês estão vendo aí as condições de saúde e *supply & demand* dos principais mercados de Fibra Curta e Fibra Longa pra vocês. Obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Farid. Eu vou iniciar aqui e trago o Nico para falar um pouco de mercado, mas eu vou falar um pouco dessa parte mais estratégica que você, inclusive, citou do Fluff.

Então, eu vou colocar da seguinte forma para vocês: a gente enxerga as áreas plantadas na China, então o que tem, quantos milhões de hectares têm plantados na China, para onde vai essa madeira? Então, se eu tenho 3 milhões de hectares de pinus plantados na China, para onde vai essa madeira? A madeira tem uso múltiplo e os mercados competem entre si. Esse é o primeiro ângulo, para onde é utilizada a madeira. Um segundo ângulo é qual que é a produtividade dessa madeira? Ou seja, qual que é a expectativa de incremento anual de volume dessa madeira para se entender essa projeção futura. E, por fim, e mais importante, é quanto de área nova é plantada, e esse é o ponto mais importante.

Então, se eu pegar por esse tripé, vamos falar assim, eu não enxergo, não é nem material, não aparece na segunda casa, plantio novo na China. Continuo afirmando isso, estamos falando especificamente de Fibra Longa, não há plantio novo na China. O que a gente vê na China, inclusive, é áreas de pinus sendo reduzidos por problemas regionais deles com pragas lá, eles vêm reduzindo a área de plantio, eles estão usando essa madeira circunstancialmente, inclusive para Fluff, mas o nosso setor não tem como olhar no curto prazo.

Eu sei que às vezes mistura um pouco. Lembra, a gente está falando de visão econômico-financeira e visão estratégica de Companhia. Do ponto de vista de estratégia de Companhia é: Não há plantio novo de pinus de Fibra Longa na China, ponto. Não há. Não se enxerga essa área sendo preparada para plantio. Lembro que eu estou falando que não vejo novo, mas eu não estou trazendo aqui – que eu trago agora, que é o ponto até mais importante – o uso do solo na China. O uso do solo da China, a gente sabe que não há condição de se expandir em áreas planas, áreas hoje para agricultura, para alimentos, eles não vão expandir essas áreas para a floresta. A floresta sempre vai ficar nas áreas mais aquivosas e em outras regiões. Mas reafirmo, não há expansão de área nova de plantio na China, especificamente da Fibra Longa – poderia falar também da Fibra Curta –, o que está acontecendo agora é circunstancial desse pinus que está sendo cortado, inclusive por problemas de pragas lá regional.

Quando a gente fala no curto prazo, falando do mercado americano que deixa de exportar para a China e a China se resolve, isso foi essa solução circunstancial.

Portanto, fazendo o link com Santa Catarina, que é a nossa, vamos falar, expectativa de projeto no futuro, nada muda. Nada muda, muito pelo contrário. E fecho esse meu comentário para dizer assim: Estou falando de uma planta de celulose de Fibra Longa, no lugar mais produtivo do mundo, com o menor custo caixa do mundo, com um potencial logístico para qualquer região do mundo espetacular, e plantio acontecendo, inclusive se renovando lá na região de Santa Catarina e Paraná. Versus mercado que cresce, em alguns casos, principalmente para a fralda geriátrica, em dois dígitos em várias regiões do mundo, versus o assunto que você trouxe de China, um lugar que não planta área nova, que tem uma produtividade muito baixa e um desenvolvimento genético praticamente inexistente do ponto de P&D.

Então, de forma estrutural, eu não vejo nenhuma ameaça no longo prazo para o Fluff de Fibra Longa da Klabin.

Vou trazer para o Nico para falar um pouco dos mercados agora.

Alexandre Nicolini: Obrigado, Cristiano. E, complementando aqui, Márcio, a fala do Cristiano, você deve se lembrar que as tensões tarifárias aí entre Estados Unidos e China acabaram afetando um pouco do fluxo comercial, principalmente do ponto de vista de fornecimento do Fluff americano para a China. Isso deu um pouco de força para a produção local de China, mas que não compete com o nosso Fluff simplesmente porque esse produto caseiro feito na China ele não vai para produtos *premium*, tanto é que a Klabin ganhou o *market share* na China. Então, acho que isso é super importante reforçar.

E vale lembrar também das questões do ponto de vista de preço. Acho que é uma conta que vocês precisam fazer, o Cristiano comentou do *gap* de preços entre Fluff e Fibra Longa de US\$ 400 por tonelada, mas se a gente for olhar o preço *benchmark* de Fibra Longa e comparar com o preço que nós entregamos no 4T24 do ano passado, nós ficamos US\$ 200 acima do *benchmark* entre Fibra Longa e Fluff, US\$ 200. Então, isso só reforça o posicionamento da Klabin com relação aos contratos, porque esse é um negócio de contratos, não é um mercado *spot*, onde a gente tem um posicionamento bem equilibrado entre regiões, principalmente entre Brasil e o restante mercado externo, que faz com que a gente consiga alavancar o preço médio de forma geral.

Olhando a curto prazo, o Cristiano também comentou agora, a gente iniciou o ano já com algumas paradas de manutenção no *pipeline*, alguns eventos climáticos nos Estados Unidos também trouxeram algum tipo de complicação, principalmente para produtores norte-americanos. A gente já começou a enxergar uma pequena reação de preço durante o mês de fevereiro em mercados mais *spot*, onde os preços subiram entre US\$ 10 e 20 por tonelada. E essa semana aqui houve um aumento de aumento de preços bastante importante, da ordem de US\$ 155 para os mercados maduros, Europa e América do Norte, que acabam também influenciando o Brasil, a partir de março, e US\$ 70 no preço *net* para mercados asiáticos, de Oriente Médio e África.

Então, a gente tem uma expectativa de uma retomada. Obviamente, é um primeiro anúncio. Precisamos enxergar outros produtores também, e a Klabin reforça que a demanda no Fluff ela permanece robusta, tanto é que os volumes têm vindo de forma consistente. Então, essa recuperação deve acontecer agora durante o fim desse trimestre aqui com impacto mais positivo a partir do 2T do ano.

Márcio Farid: Tá ótimo. Obrigado, Nico e Cristiano. Nico, se puder comentar também sobre Fibra Curta e talvez Longa até China? Algum comentário, se tiver, seria ótimo. Obrigado.

Alexandre Nicolini: Fibra Curta, acho que é um pouco do que vocês já escutaram em outros *calls*. A gente foi surpreendido por uma demanda bastante robusta na China, que se iniciou a partir do 4T do ano passado. Esse movimento, ele ainda continua. A gente tem um volume bastante robusto vindo desses mercados, não só China, mas países asiáticos de forma geral.

A gente não tem hoje Europa e mercado americano no mesmo nível de demanda de países asiáticos, mas ainda assim todos os volumes contratados para mercados maduros estão sendo colocados sem qualquer tipo de problema.

A expectativa é de implementação dos preços na China, os US\$ 10 de fevereiro agora já passaram. A gente tem a expectativa que alguma coisa deve vir para março. Também na Europa, o preço de lista de 1.250 já foi totalmente implementado e alguma expectativa também de mais um aumento de preço para março que virá.

Então, de forma geral, os mesmos mercados se comportando de forma bastante resiliente nesse 1T do ano. E vale sempre lembrar, no caso de países maduros, a gente sempre tem um *delay* na implementação dos preços, principalmente em Europa e Estados Unidos e isso deve reforçar níveis de preços melhores também a partir do 2T do ano.

Márcio Farid: Ótimo, pessoal. Muito obrigado de novo.

Tatiane Candini, do JP Morgan: Olá, gente. Tudo bem? Bom dia. Obrigada por pegar minhas perguntas. Na verdade, a primeira pergunta que eu tenho é um pouco em relação a custo. Eu acho que a gente já esperava um aumento de custo, principalmente na parte de celulose tri contra tri dado as paradas que vocês já mencionaram um pouco. Mas uma coisa que chamou a atenção foi aquele aumento nas fibras de R\$ 90 por tonelada, principalmente por algumas complicações climáticas que saíram um pouco do controle.

Eu só queria entender isso. Como vocês estão esperando normalizar, qual que deveria ser o patamar, principalmente para esse 1T, se vocês já estão vendo uma redução expressiva em relação aos custos? Até o nível total de custo caixa não está muito fora já do *guidance* do ano, então se a gente não deveria esperar grandes reduções, só uma normalização mesmo?

E aí minha segunda pergunta já é pensando um pouco na parte de papéis. Eu acho que em 2025 – e aí vocês mencionaram já também um pouco –, a gente teve um mix ali de Kraft muito expressivo versus cartões, que não estava numa situação tão legal. Acho que o janeiro, como vocês mencionaram, já parece mais forte. Mas queria entender como que está a perspectiva de vocês para o mix entre as máquinas de Kraft, de cartões. Se a gente deveria esperar um mix mais forte para cartões. Como que vocês estão vendo esse panorama? Obrigada.

Cristiano Teixeira: Obrigada, Tatiane. Vou começar com a parte de custos com a Gabi e eu volto aqui com papéis.

Gabriela Woge: Bom dia, Tatiane. Obrigada pela pergunta. Bom, como você observou e já trouxe um pouco na sua resposta, ao longo de 2025, a gente enfrentou algumas questões climáticas que acabaram impactando esse custo de fibras dentro da florestal. E o que a gente vê, depois de uma série de iniciativas também adotadas pela Companhia, é uma normalização desse custo para frente.

Então, acho que estabilizada essa questão do passado que a gente vem aí tentando se equacionar, acho que para frente a gente pode falar de uma normalização com relação a esse custo de fibras.

Mas assim, o mais importante, também para pontuar, é que dentro do próprio custo caixa que a gente deu agora também como *guidance* para 2026, o que tem lá de custo de fibras também já reflete um pouco dessa nossa expectativa para o ano, então você pode ver que a gente está com um custo caixa também bastante próximo ao que foi em 2025, caminhando aí para um quarto ano consecutivo onde a gente vem buscando essa estabilidade e buscando não repassar a inflação nos nossos custos, então isso já está refletido lá dentro.

E uma outra mensagem é da própria compensação que houve em 25 desse aumento de custo de fibra por outras iniciativas da Companhia buscando justamente preservar o custo caixa total, que é o *guidance* que a gente deu para vocês que foi alcançado ao longo de 25.

Então aqui, acho que para 26 segue na mesma toada, a Companhia obviamente vai passar por tudo que precisa passar ao longo do ano, mas, além dessa expectativa de normalização também, uma série de outras iniciativas para buscar essa compensação e a gente buscar também entregar esse *guidance* pelo quarto ano consecutivo.

Cristiano Teixeira: Bom, seguindo então sobre o mercado de papéis, vou falar um pouco do mix que você trouxe. O *ramp-up* de uma máquina de cartão normalmente acontece com o Kraftliner, vocês conhecem bem esse assunto. Eu citei aqui em algum momento, a Máquina 28 está totalmente aprovada nos produtos *high-end* do setor, não há nenhuma preocupação hoje. O mercado de leite segue muito bem no mundo e não só no... vamos falar, quando a gente olha de 3 a 5 fabricantes, isso é muito regional, mas a gente fornece para todo mundo hoje e a gente está bastante

alinhado com o comportamento de vendas não só para leites, mas para essas proteínas novas do lado fitness e etc., tudo indo muito bem nesse mercado e a gente vai seguir a expectativa de volumes que eles vão colocar nos próximos anos.

Então, não há nenhuma questão aí, são poucos fabricantes no mundo desse papel, como você sabe, e a gente sempre tem – e aí sim trazendo para o nosso mundo aqui –, eu sempre vou ter a opcionalidade de fazer o cartão, seja ele para leite, seja ele para a cerveja, ou fazer os Krafts, que, num bom momento que a gente vem relatando também e já fiz menção aqui, essa redução da exportação americana para o mercado chinês trouxe um volume interessante para a Klabin, produtos que a gente tem bastante experiência, Kraft de gramatura mais alta para atender mercados de tabaco, por exemplo, que a gente já atende no Brasil, e a gente vem colocando esse cartão no mercado chinês de forma eficiente, substituindo os americanos e, portanto, o nosso mix deve seguir.

A respeito do volume de produção aumentar, eu citei aqui que a gente tem uma expectativa de aumento de produção, o mix deve se manter parecido, fazendo um volume de cartão um pouco maior do que o volume de 25, mas ainda um volume de Kraft importante.

Eu citei, se eu não me engano, no *call* passado, que o Kraft de fibra virgem, dentro da categoria dos que a gente chama *containerboard*, ele será um produto com prêmio, da mesma forma que aconteceu com a Fibra Longa aí nos últimos anos. Eu sempre falei isso para vocês, de novo, repito, o mercado falava diferente, eu asseguro que esse prêmio vem e vai continuar assim.

E o porquê que a minha tese leva a isso? Porque a saída dos produtores de Fibra Longa no mundo é mais rápida – principalmente no Hemisfério Norte – do que a saída de produção de Fibra Curta. E quando a gente vê para incremento novo de produção, a gente vê muito incremento de produção de Fibra Curta e praticamente nenhum incremento de Fibra Longa. Portanto, esse balanço a médio prazo fará com que esse prêmio se mantenha.

O que pode jogar contra isso que nós estamos falando? O *Fiber to Fiber*, que vai acontecer em uma parte dessa substituição, e nunca será no todo, como nunca foi. Lembrando que a Klabin fez o *Fiber to Fiber* no Kraftliner nos últimos 40 anos no próprio Fluff. Nós produzimos um Fluff com Fibra Curta já no seu próprio *blend*, facilitando inclusive a operação do nosso cliente, e a gente continua acreditando e fará novas máquinas no futuro com esse *blend* da mesma forma.

Então, o prêmio vai continuar existindo, cada mercado tem a sua especificidade, eu trouxe aqui para vocês o tabaco, que é um produto de gramatura mais alta, que substitui os americanos. Então, esse mix de produção – eu não quero ser chato com vocês, mas – são várias alternativas, várias oportunidades, a gente tem um trabalho muito forte de estudar esse custo de oportunidade por mix de produto e a gente vai continuar fazendo, maximizando da melhor forma possível o nosso mix.

A gente enxerga o final do ano de 26/início de 27 a Klabin cheia em termos de volume de produção dos últimos 12 meses. Então, quando eu olho aqui para trás e aí comparo com daqui para frente mais 12 meses, a Klabin já vai estar num outro patamar de produção, o que ajuda também esse ponto que a Gabriela acabou de responder sobre estabilidade e confiança da nossa divulgação do custo caixa para os próximos anos aí, está bom? Obrigado.

Tatiane Candini: Super claro, gente. Obrigada.

Stefan Weskott, do Citi: Bom dia, obrigado por pegarem minhas perguntas. Primeira pergunta, em 25 a gente viu a conclusão do Plateau e outras operações de SPE que ajudaram a desalavancagem. No Day vocês comentaram um pouco a venda de terras para 26 ali parecido com o que a gente teve em 25, então não deve ter grandes mudanças. Mas a primeira pergunta é se vocês enxergam outras operações de SPE na florestal que podem ajudar a acelerar a desalavancagem para o ano.

E minha segunda pergunta, voltando ali um pouco para cartões, a gente viu ali a dinâmica da exportação de cartões contrabalanceando esse 25 mais desafiador, e a pergunta é se a gente pode esperar talvez um mix de doméstico agora um pouco melhor? O Cristiano comentou que o janeiro abriu positivo, então como é que vocês estão vendo, de repente, esse *share* entre exportação e doméstico na parte de cartões? Obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Stefan. Vamos abrir com as SPEs, eu trago a Gabi, e depois eu venho com cartões.

Gabriela Woge: Bom dia, Stefan. Obrigada pela pergunta. Bom, com relação à estratégia das SPEs, ela não é uma novidade na Klabin, a gente vem usando essa forma para poder otimizar a nossa estrutura de capital na expansão florestal há muitos anos. O ano passado essa operação do Plateau foi realmente um destaque para a Companhia na medida em que a gente usou o lastro para essa operação dos ativos que vieram com Caetê com a compra dos ativos florestais, então em termos de volume ela foi uma operação especial justamente por estar conectada também por essa aquisição grande de maciço florestal que nós fizemos.

Mas o que a gente pode dizer para frente é essa estratégia de expansão florestal via parcerias com TIMO ou com outras entidades aí para poder ter essas espécies florestais é *core* aqui para nossa estratégia de buscar otimizar a estrutura de capital. Ter essas parcerias ajudam, como você comentou, nesse processo de desalavancagem e a gente pode estimar que isso aconteça para frente, não nos volumes que a gente viu nessa operação. De novo, foi uma operação muito grande, até para o próprio mercado de TIMOs por conta desse lastro especial, mas certamente a nossa expansão florestal para frente contará com esse tipo de estrutura também.

Cristiano Teixeira: Obrigado Gabi. Dando sequência, Stefan, então falando um pouco em cartões e o mix como vai ficar, vou falar um pouco do mercado interno

exatamente nesse ponto que você trouxe tanto do mercado interno quanto do mercado externo.

O mercado interno, obviamente, ele tem um tamanho relativamente menor, mas o que a gente viu, principalmente nos últimos dois anos – e vocês inclusive já trouxeram isso aqui e a gente já respondeu essa pergunta e eu vou reforçar –, houve, sim, uma pressão de cartão chinês, essa exportação dessa deflação chinesa que a gente fala, que aconteceu muito quando eles saíram dos Estados Unidos, eles colocaram muito cartão aqui na América Latina e na Europa, um pouco na África e tal, e nesse período, a Klabin ganhou *market share* no Brasil. Ou seja, a Klabin não só não sofreu, como ganhou o *market share* nesse período de exportação chinesa.

De onde vem isso? E aí trago o meu ponto principal: a gente é focado em grandes marcas, a gente tem muita marca menor no nosso portfólio? Sim, mas a gente foca em clientes consolidados. Tem muito fabricante brasileiro de vários produtos como alimentos congelados, higiene e limpeza e outros produtos que vão cartões aqui no Brasil. Vocês sabem que a gente hoje pode fazer o cartão branco, estamos entrando de forma muito segura nos clientes do setor farmacêutico também, a gente vê então o mercado brasileiro um pouco oscilante nos últimos dois anos, onde, de certa forma eu já citei aqui, mas algumas grandes marcas perdendo espaço em alguns produtos, mas as marcas, vamos falar assim, secundárias ganharam espaço, e a Klabin vende cartão para os dois e são todos cartões tanto para alimento congelado quanto para líquidos, que eu já falei aqui, alimento líquido, bem como higiene e limpeza.

Todos esses mercados de cartão que nós atuamos – e agora o farmacêutico – são produtos de tecnologia maior do que, vamos falar, o *folding* tradicional. Então, a Klabin ganhou *market share*. A despeito dessa ameaça chinesa nos últimos anos, a Klabin ganhou *market share*, está bem estabelecido nas grandes marcas, contratos de longo prazo, e o que a gente vê nesse momento, e também citei aqui, são as grandes marcas se reposicionando para recuperar *market share* em relação a essas marcas que eu citei aqui secundárias.

Então, eu estou bastante motivado com o mercado brasileiro, os volumes de cartões devem seguir assim e a gente vai acompanhar o volume, aquilo que nós aumentamos, ganhamos de *market share*, a gente vai depender da dinâmica do mercado, portanto, PIB e renda aqui no Brasil.

No mais, a gente vai continuar exportando para esses clientes que eu falei, os *Low System Suppliers* na área de leites, o que tiver de oportunidade de cerveja e, obviamente, complementando com aquilo que é hoje um ótimo custo de oportunidade para a gente, complementar a máquina com Kraft aquilo que nós não fizemos em cartão e Kraft de gramatura mais alta para mercados que a gente tem substituído os americanos nos últimos dois anos, está bom? Obrigado.

Stefan Weskott: Obrigado, pessoal.

Operador: Senhoras e senhores, encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Cristiano Teixeira para considerações finais.

Cristiano Teixeira: Obrigado a todos. Até o próximo *call*!

Operador: A teleconferência da Klabin S/A está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom-dia. Obrigado.